

# 2025-2031年中国生鲜O2O 行业发展态势与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2025-2031年中国生鲜O2O行业发展态势与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202410/471459.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2025-2031年中国生鲜O2O行业发展态势与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：生鲜O2O行业综述及数据来源说明

#### 1.1生鲜行业界定

##### 1.1.1生鲜的界定

##### 1.1.2生鲜的分类

##### 1.1.3《国民经济行业分类与代码》中生鲜行业归属

#### 1.2生鲜O2O行业界定

##### 1.2.1O2O的界定

##### 1.2.2O2O相似/相关概念辨析

##### 1.2.3生鲜O2O的概念界定

###### (1) 概念界定

###### (2) 核心要素

###### (3) 市场价值

##### 1.2.4生鲜O2O的界定与分类

#### 1.3生鲜O2O专业术语说明

#### 1.4本报告研究范围界定说明

#### 1.5本报告数据来源及统计标准说明

##### 1.5.1本报告权威数据来源

##### 1.5.2本报告研究方法及统计标准说明

### 第2章：中国生鲜O2O行业宏观环境分析（PEST）

#### 2.1中国生鲜O2O行业政策（Policy）环境分析

##### 2.1.1中国生鲜O2O行业监管体系及机构介绍

###### (1) 中国生鲜O2O行业主管部门

###### (2) 中国生鲜O2O行业自律组织

##### 2.1.2中国生鲜O2O行业标准体系建设现状

- (1) 中国生鲜O2O标准体系建设
- (2) 中国生鲜O2O现行标准汇总
- (3) 中国生鲜O2O即将实施标准
- (4) 中国生鲜O2O重点标准解读
- 2.1.3中国生鲜O2O行业发展相关政策规划汇总及解读
  - (1) 中国生鲜O2O行业发展相关政策汇总
  - (2) 中国生鲜O2O行业发展相关规划汇总
- 2.1.4政策环境对生鲜O2O行业发展的影响总结
- 2.2中国生鲜O2O行业经济（Economy）环境分析
  - 2.2.1中国宏观经济发展现状
  - 2.2.2中国宏观经济发展展望
  - 2.2.3中国生鲜O2O行业发展与宏观经济相关性分析
- 2.3中国生鲜O2O行业社会（Society）环境分析
  - 2.3.1居民收支情况
  - 2.3.2移动互联网普及推广
  - 2.3.3网络购物消费习惯逐渐形成
  - 2.3.4消费升级助推品质消费需求增长
  - 2.3.5跨境电商与农村电商快速发展
  - 2.3.6社会环境对生鲜O2O行业发展的影响
  - 2.3.7社会环境对生鲜O2O行业发展的影响总结
- 2.4中国生鲜O2O行业技术（Technology）环境分析
  - 2.4.1中国生鲜O2O行业服务流程图解
  - 2.4.2生鲜O2O行业关键技术分析
    - (1) 智能供应链技术
    - (2) 智能物流技术
    - (3) 冷链物流技术
    - (4) 即时配送技术
  - 2.4.3中国生鲜O2O新兴技术融合应用
  - 2.4.4生鲜O2O行业技术创新动态
    - (1) 智能供应链技术创新动态
    - (2) 即时配送技术创新动态
  - 2.4.5技术环境对生鲜O2O行业发展的影响总结

### 第3章：全球生鲜O2O行业发展趋势及前景预测

#### 3.1全球生鲜O2O行业市场发展历程

#### 3.2国外生鲜O2O发展模式分析

#### 3.3全球生鲜O2O行业区域整体发展格局及重点区域市场解析

##### 3.3.1全球整体发展格局

##### 3.3.2美国生鲜O2O市场分析

(1) 美国生鲜O2O发展情况

(2) 美国生鲜O2O发展启示

#### 3.4全球生鲜O2O行业代表性企业案例分析

##### 3.4.1境外综合电商生鲜O2O代表

(1) AmazonFresh

(2) Ocado

(3) Farmigo

(4) 乐天

##### 3.4.2垂直电商平台生鲜O2O代表

(1) FreshDirect

(2) RelayFoods

(3) Oisix

##### 3.4.3其他类型平台O2O代表

(1) 大地宅配

(2) LocalHarvest

#### 3.5国外生鲜O2O行业发展对中国的启示

##### 3.5.1国外生鲜O2O发展模式对我国启示的局限性分析

##### 3.5.2国外生鲜O2O企业发展模式对我国的启示

### 第4章：中国生鲜O2O行业市场发展与行业痛点分析

#### 4.1中国生鲜电商行业的发展分析

##### 4.1.1生鲜电商行业发展概况

##### 4.1.2生鲜电商行业市场规模

##### 4.1.3生鲜电商行业竞争格局

##### 4.1.4生鲜电商行业发展趋势

(1) 市场规模将进一步扩大

(2) 用户消费习惯逐渐转向线上

- (3) 仓储管理模式进一步完善
- (4) 新模式将诞生：无人零售、无人货架
- (5) 各模式融合迭代
- (6) 电商入局，行业竞争愈演愈烈

#### 4.1.5生鲜电商行业发展前景

### 4.2传统生鲜电商行业核心痛点解决方案

#### 4.2.1配送痛点：如何完善冷链物流

- (1) 配送痛点解析
- (2) 现有的冷链物流模式
- (3) 配送痛点突破策略
- (4) 痛点突破成功案例

#### 4.2.2供应痛点：如何有效整合资源

- (1) 供应痛点解析
- (2) 供应痛点突破策略
- (3) 痛点突破成功案例

#### 4.2.3体验痛点：如何培养用户习惯

- (1) 体验痛点解析
- (2) 体验痛点突破策略
- (3) 痛点突破成功案例

#### 4.2.4发展痛点：如何实现区域扩张

- (1) 发展痛点解析
- (2) 发展痛点突破策略
- (3) 痛点突破成功案例

### 4.3中国生鲜O2O行业发展状况

#### 4.3.1中国生鲜O2O行业发展概况

#### 4.3.2中国生鲜O2O行业参与者类型及数量规模

#### 4.3.3中国生鲜O2O市场规模测算

### 4.4生鲜O2O用户规模及普及率分析

#### 4.4.1生鲜O2O用户规模分析

#### 4.4.2生鲜O2O用户使用频率

#### 4.4.3用户使用生鲜O2O原因

#### 4.4.4用户不使用生鲜O2O原因

#### 4.5生鲜O2O用户属性情况分析

##### 4.5.1生鲜O2O用户性别分布

##### 4.5.2生鲜O2O用户年龄分布

##### 4.5.3生鲜O2O用户消费关注点

##### 4.5.4生鲜O2O用户消费能力分析

#### 4.6生鲜O2O用户消费习惯分析

##### 4.6.1用户生鲜O2O购买种类

##### 4.6.2用户生鲜O2O购买平台

##### 4.6.3用户生鲜O2O配送偏好

#### 4.7中国生鲜O2O行业经营效益分析

#### 4.8中国生鲜O2O市场发展痛点分析

### 第5章：中国生鲜O2O行业竞争状态及市场格局分析

#### 5.1生鲜O2O行业波特五力模型分析

##### 5.1.1行业现有竞争者分析

##### 5.1.2行业潜在进入者威胁

##### 5.1.3行业替代品威胁分析

##### 5.1.4行业供应商议价能力分析

##### 5.1.5行业购买者议价能力分析

##### 5.1.6行业竞争情况总结

#### 5.2生鲜O2O行业投资、兼并与重组分析

##### 5.2.1行业投融资现状

##### 5.2.2行业兼并与重组

#### 5.3中国生鲜O2O行业细分市场需求格局

#### 5.4中国生鲜O2O区域发展状况

#### 5.5中国生鲜O2O行业企业/品牌格局及集中度分析

##### 5.5.1生鲜O2O行业企业竞争格局

##### 5.5.2主要参与企业竞争要素总结

##### 5.5.3行业市场集中度分析

### 第6章：中国生鲜O2O生态体系及配套产业发展分析

#### 6.1中国生鲜O2O产业链结构梳理

#### 6.2中国生鲜O2O产业链生态图谱

#### 6.3中国生鲜O2O行业成本构成

6.4中国生鲜种植养殖市场分析

6.5中国生鲜打包及冷链物流市场分析

6.6中国生鲜O2O软硬件支持市场分析

6.7中国生鲜O2O平台搭建及运营市场分析

第7章：中国生鲜O2O商业模式发展深度解析

7.1中国生鲜O2O经营模式发展分析

7.1.1生鲜O2O行业的运营模式概述

7.1.2仓店一体+超市餐饮+到家模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 典型代表

7.1.3前置仓+到家模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 典型代表

7.1.4超市+到家模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 典型代表

7.1.5流量平台+到家模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 典型代表

7.1.6社区拼团+自提/到家模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 典型代表

7.1.7仓店一体+独立自提+到家+合作人模式

(1) 模式简介

(2) 模式优劣势

(3) 典型代表

7.2中国生鲜O2O服务模式发展分析



#### 7.2.1中国生鲜O2O主流服务模式类型

#### 7.2.2中国生鲜O2O服务模式市场结构

#### 7.2.3中国生鲜O2O服务模式发展趋势

#### 7.3中国生鲜O2O服务渠道发展分析

##### 7.3.1中国生鲜O2O主流服务渠道类型（PC网页/手机APP/公众号/小程序等）

##### 7.3.2中国生鲜O2O服务渠道发展现状

##### 7.3.3中国生鲜O2O服务渠道发展趋势

#### 7.4中国生鲜O2O细分服务市场分析

##### 7.4.1中国生鲜O2O细分服务市场概述

##### 7.4.2中国水果O2O市场

###### （1）水果市场产量

###### （2）水果市场销量

###### （3）水果市场区域分布

###### （4）水果O2O市场发展

##### 7.4.3中国蔬菜O2O市场

###### （1）蔬菜市场产量

###### （2）蔬菜市场销量

###### （3）蔬菜市场区域分布

###### （4）蔬菜O2O市场发展

##### 7.4.4中国海鲜O2O市场

###### （1）海鲜市场产量

###### （2）海鲜市场销量

###### （3）海鲜市场区域分布

###### （4）海鲜O2O市场发展

##### 7.4.5中国奶制品O2O市场

###### （1）奶制品市场产量

###### （2）奶制品市场销量

###### （3）奶制品市场区域分布

###### （4）奶制品O2O市场发展

##### 7.4.6中国肉类O2O市场

###### （1）肉类市场产量

###### （2）肉类市场销量

(3) 肉类市场区域分布

(4) 肉类O2O市场发展

## 第8章：中国生鲜O2O代表性企业发展布局案例研究

### 8.1中国生鲜O2O代表性企业发展布局对比

### 8.2仓店一体+超市餐饮+到家模式生鲜O2O优秀案例

#### 8.2.1盒马鲜生

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台服务特色

#### 8.2.2超级物种

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台运营模式

(4) 平台物流模式

(5) 平台营销推广

(6) 平台服务特色

### 8.3前置仓+到家模式生鲜O2O优秀案例

#### 8.3.1每日优鲜

(1) 平台概况简介

(2) 覆盖城市数量

(3) 平台用户规模

(4) 平台运营模式

(5) 平台物流模式

(6) 平台营销推广

(7) 平台融资成果

(8) 平台服务特色

#### 8.3.2朴朴超市

(1) 平台概况简介

- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 8.3.3叮咚买菜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台融资成果
- (8) 平台服务特色

#### 8.4流量平台+到家模式生鲜O2O优秀案例

##### 8.4.1京东到家

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广
- (7) 平台服务特色

##### 8.4.2美团闪送

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台营销推广

(7) 平台服务特色

8.5社区拼团+自提/到家模式生鲜O2O优秀案例

8.5.1兴盛优选

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台融资成果

8.5.2淘菜菜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台融资成果

8.5.3美团买菜

- (1) 平台概况简介
- (2) 覆盖城市数量
- (3) 平台用户规模
- (4) 平台运营模式
- (5) 平台物流模式
- (6) 平台融资成果

第9章：中国生鲜O2O市场前景预测及发展趋势预判

9.1中国生鲜O2O行业SWOT分析

9.2中国生鲜O2O发展潜力评估

9.3中国生鲜O2O发展前景预测

9.4中国生鲜O2O发展趋势预判

第10章：中国生鲜O2O投资战略规划策略及建议

10.1中国生鲜O2O进入与退出壁垒

10.1.1生鲜O2O进入壁垒分析

10.1.2生鲜O2O退出壁垒分析

|                             |
|-----------------------------|
| 10.2中国生鲜O2O投资风险预警           |
| 10.3中国生鲜O2O投资价值评估           |
| 10.4中国生鲜O2O投资机会分析           |
| 10.4.1生鲜O2O产业链薄弱环节投资机会      |
| 10.4.2生鲜O2O细分领域投资机会         |
| 10.4.3生鲜O2O区域市场投资机会         |
| 10.4.4生鲜O2O产业空白点投资机会        |
| 10.5中国生鲜O2O投资策略与建议          |
| 10.6中国生鲜O2O可持续发展建议          |
| 图表目录                        |
| 图表1：生鲜的分类                   |
| 图表2：《国民经济行业分类与代码》中生鲜行业归属    |
| 图表3：O2O的界定                  |
| 图表4：O2O相似/相关概念辨析            |
| 图表5：O2O及生鲜O2O的概念界定及特征分析     |
| 图表6：生鲜O2O的核心要素分析            |
| 图表7：生鲜O2O企业价值               |
| 图表8：生鲜O2O消费者价值              |
| 图表9：生鲜O2O的界定                |
| 图表10：生鲜O2O的分类               |
| 图表11：生鲜O2O专业术语说明            |
| 图表12：本报告研究范围界定              |
| 图表13：本报告权威数据资料来源汇总          |
| 图表14：本报告的主要研究方法及统计标准说明      |
| 图表15：中国生鲜O2O行业监管体系          |
| 图表16：中国生鲜O2O行业主管部门          |
| 图表17：中国生鲜O2O行业自律组织          |
| 图表18：中国生鲜O2O标准体系建设          |
| 图表19：中国生鲜O2O现行标准汇总          |
| 图表20：中国生鲜O2O即将实施标准          |
| 图表21：中国生鲜O2O重点标准解读          |
| 图表22：截至2024年中国生鲜O2O行业发展政策汇总 |

图表23：截至2024年中国生鲜O2O行业发展规划汇总

图表24：政策环境对生鲜O2O行业发展的影响总结

图表25：中国宏观经济发展现状

图表26：中国宏观经济发展展望

图表27：中国生鲜O2O行业发展与宏观经济相关性分析

图表28：2020-2024年中国居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表29：2020-2024年中国居民人均消费支出情况（单位：元）

图表30：2020-2024年中国网民规模及互联网普及率（单位：亿人，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202410/471459.html>